第１回商品情報の効率的なやりとり研究会

開催日時：平成 22 年 7 月 7 日（水）14：00～17：00
開催場所：農林水産省　４号館会議室
出席者　：19 事業者/組織　　22 名

＜議事次第＞
１．開会ご挨拶
２．研究会について（事務局説明）
３．参加者自己紹介
３．グループ討議　(60 分)
　　－　休憩　－
４．グループ討議結果発表　　(5 分/グループ)
５．事務連絡
６．閉会ご挨拶

＜議事概要＞

はじめに、農林水産省フード･コミュニケーション･プロジェクト（FCP）の神井チームリーダーから研究会の趣旨説明をかねて開会のご挨拶を行いました。つづいて、事務局から配付資料（資料２）を使い、研究会の目的「協働の着眼点」にもとづき、消費者を起点として、フードチェーン全体で情報共有の手法を研究することをご説明し、研究会の進め方として、事業規模に関わらず、全てのステークホルダーの間で、商品に関する情報（特に品質情報）が効率的にやりとりされるための論点を整理し、協働での対応方向を研究することの説明をいたしました。

その後、ファシリテーターの杉浦様の進行で、６つのグループに分かれてグループ作業を行い、作業結果の発表を行いました。

＜グループ作業及び作業結果について＞

グループ作業は、消費者へ発信、提供する商品情報の場面別整理をテーマに行いました。取引先との情報のやりとりが、最終的にどのような場面での消費者への情報発信、提供につながっているのか。参加者がそれぞれの立場で情報のやりとりを棚卸しして、認識の共有を図ることを目的としてグループごとにディスカッションを行いました。(作業の内容の詳細は別紙をご覧ください)

作業につづいて、各グループより作業を通しての「気づき」を中心に作業結果の発表を行いました。

各グループからの作業内容の発表は以下のとおり

○取引先に提供している商品情報で、お客様に伝わっていない商品情報がある

○消費者に商品情報を提供する場合、商品情報を必要とする時間軸（購入前、購入時、購入後等）から考えることも必要

○小売はＰＢ商品の場合は店頭表示するためにメーカーに詳細な商品情報を要求する。

○小売側で販促を目的として商品名の表示を変更する時に、追加で商品情報を要求する場

合がある。
〇やりとりする商品情報は消費者のトレンドにより変化する。
〇商品情報をやりとりする上で、機密情報の取扱いが課題。
〇肉、魚と加工品は共有する商品情報が異なる部分がある。カテゴリーごとに考える必要がある。
〇お客様対応窓口によくある商品情報の問い合わせとして
・どこで作っていますか？
・どこで販売していますか？
・賞味期限が過ぎてしまいましたが食べられますか？
などがある。
〇メーカーのホームページはメーカー独自の商品情報を公開している。
〇サプライヤーもメーカーと一緒で、消費者向けの商品情報を裏付けるための商品情報のやりとりをしている。
〇小売がお客様対応窓口で対応するために必要と考えている商品情報を、メーカーはそのように考えていなかったことに気づいた。(用途名表示をしている添加物の詳細、由来原料)
〇商品情報の「証明書」はある時点の物、有効期限はいつまでかが疑問。提出する方は「その時点」、受け取る方は「それ以降」というギャップがあるのでは。
〇商品情報は「出す側」と「受け取る側」で使い方が違う場合がある。
〇商品情報を消費者との接点という考え方で、分類したことは今までなかった。
〇お客様対応窓口によくある商品情報の問い合わせとして
・アレルギーの詳細情報
・マイナーなアレルゲンの問い合わせ
・原料の薬剤について
・栄養成分（糖尿病患者の方からのカリウムについてなど）の問い合わせ
などがある。
〇メーカーはホームページに、メーカーとして出したい商品情報とお客様相談窓口でよく質問される商品情報を掲載している。
〇卸にはメーカーの代行として商品情報をとりまとめて、小売に渡す機能がある。
〇お客様対応窓口によくある商品情報の問い合わせとして
・原産国（中国か？）
・添加物（お客様が害があると思っている場合）
・栄養成分表示（効能まで尋ねられる場合がある）
・パッケージに表示されていることの根拠
・期限切れ、開封後商品の品質について
などがある。
〇店頭では、商品特徴、料理方法、安全・安心の取り組みを質問されることが多い。

〇ホームページには事件事故や専門的データを公開。
〇消費者は「体に良いこと」「健康へのリスク」の商品情報に関心が高い。
〇苦味、にごりなどデメリットのある商品情報を表示することも必要。
〇品質管理にはコストがかかる。原料の原料まで管理するのであればコストがかかるが、コストについてはメーカーと小売で対応を考える必要がある。その他の部分で消費者の信頼を得ることも必要。
〇メリットの商品情報をマーケティングに使用する企業がある。その時点のメリットの商品情報であったのが、修正されずに後まで残ってしまうことがある。

ファシリテータのまとめ

- 前回（21 年度 3 月）は、それぞれの立場での、やりとりに関する問題点を出し合うのみであった。今回からは工場監査の研究会と同様にワークショップ形式でのボトムアップの積み上げ議論をはじめさせていただくことができた。
- 商品情報という立場の違いで見方が大きく変わるテーマについて、協働の着眼点、お客様視点を基本とすることで同じ目線での議論に結び付けたい。今回はそこで必要な商品情報は何かという頭出しを行った。
- 購入前、購入時、購入後のシーンによって必要な商品情報の違いがあるなど様々な意見を頂くことが出来た。
- 法令順守、リスク、トレースに関する商品情報は必須情報であるという意見。
- 消費者からのコミュニケーションは、消費者の一般的な質問、消費者が不安と感じる疑問の大きく２つに分けられる。それぞれ情報の質が異なる。特に不安と感じる疑問に対しては説明する商品情報の深さが難しい。
- 一方では不安の為に要求している商品情報が点の情報でしかなく、必要な時点の商品情報でないばかりか、非常に大きな手間がかかるものになってしまうという意見。
- 消費者にポジティブに出したい商品情報に関しては、原料原産国や安全・安心に対する取組だけでなく、緊急時のリスクに関する商品情報についても積極的に透明性を図るべきという意見もあった。
- 他に、良く聞かれる質問はＦＡＱを作成することが商品情報の効率化に向けて有効であるという意見。
- 商品情報はマーケットにより変動するものである。先を見越した形で商品情報を集めているケースがある。場合によっては今はいらない情報というものもあるかもしれないという意見。無駄な商品情報を要求しているケースもあるかもしれない。コミュニケーションの本質に関わってくる課題である。
- 特定の個人にのみリスクが発生するハザード（アレルゲン、糖尿病、ハラルなど）に対する情報などを減らすことは難しい。予め対策を考えていく必要がある。
- 消費者の視点で必要な商品情報として考えてみたが、立場ごとでの違いはないことに気

が付いた。逆に自分が考えていた以上に商品情報が使われているという気付きもあった。
- 次回は、今回出していただいた項目を整理していく作業となる。次回も協働で目線合わせをしていきたい。
- 今回の研究会で目線合わせの球出し、土台が出来、一歩踏み出すことが出来たのではないか？次回以降が楽しみである。

最後に神井チームリーダーより、以下の内容でご挨拶をし、第１回研究会を終了しました。
「今回は、それぞれの立場で、消費者視点で考えた時に必要な商品情報は何かという作業をしていただきました。次回は、やりとりしている商品情報が法令順守のための情報なのか？問い合わせ対応のための情報なのか？信頼性を担保するための情報なのか？を分類していく予定です。質問や要望がありましたら是非、事務局までご連絡をお願いします。」

【配 布 資 料】
資料１．　参加者名簿
資料２．　第１回「商品情報の効率的なやりとり」研究会

グループディスカッション（模造紙）

Aグループ	小売・外食	卸	メーカー	サプライヤー	第3者
商品包装（パッケージ）			アレルギー物質 原材料 製造者／販売者 取扱方法 保存方法 開封後の保管 内容量 商品の特徴 GMO 原料原産地 添加物 使用上の注意 栄養成分表示	トレサビリティ情報	取扱説明書 製造規格 製造工程
お客様相談窓口			商品包装の表示の詳細 製造工程情報 個別調査情報 品質管理の差別化 食の安全性の情報	一括表示 最終食品への表示例 アレルギー GMO 起源原料原産国 配合 IPハンドリング 包材安全証明 ラベル写真 荷姿写真 工程・工場内のアレルギー・GMO・コンタミ情報 成績書 分析書 一次原料→二次原料→三次原料の開示要求 栄養成分値（計算値） 栄養成分値（分析値） 特許 LD50とか人への安全情報 クレーム対応窓口情報 営業許可 PL保健 消防法 工程検査（内容と検証） 品質検査（内容と検証）	組織図 問い合わせ・苦情の分析情報
店頭（販売・POP）					効能・特徴 リスク情報（期限・成分）
HP				各工場情報開示 品質への取組	経営理念 製造ライン
気づき・コメント	・時間軸による切り口が必要（例：①購入前②購入時③購入後） ・商品情報と品質管理情報が混在（原料規格書） ・衛生監視表など消費者へは提供しない情報のやりとりが多くある ・メーカー書式にプラスして小売書式、発注先書式の作成				

Bグループ	小売・外食	卸	メーカー	サプライヤー	第3者
商品包装（パッケージ）	原材料 添加物 アレルゲン 日付		主原料原産地 原材料名 名称（カテゴリー） 原材料（添加物情報） 製造者 販売者 栄養分析 賞味期限情報 問い合わせ先情報	トレース情報	
お客様相談窓口	原料原産地（主要商品） 製造工場（固有記号） 使用方法	保管条件	原産国情報（中国産情報） アレルギー情報 添加物情報 原材料トレース情報 栄養情報 賞味期限情報		
店頭（販売・POP）	アレルゲン 産地 ブランド		原産地情報 原産国情報 栽培情報		
HP	アレルゲン（ファーストフード）	流通情報（コールドチェーン）	原材料の安全性（検査体系） 品質保証体制 製造情報 原材料のトレース情報 栽培情報	生産情報（養殖）	
気づき・コメント	・共通認識として「健康リスク」「トレース」は必要 ・消費者のトレンド分析 ・機密情報の取扱 ・商品（食品）ごとのカテゴリーの情報提供の統一化				

Cグループ	小売・外食	卸	メーカー	サプライヤー	第3者
商品包装（パッケージ）			一括表示 調理方法 栄養表示 ご注意（使用上の注意） 産地情報 調理例 賞味期限 お問い合わせ先		
お客様相談窓口			原材料原産地 製造工場名 調理方法 賞味期限 購入先（店舗） 保存方法 商品1個の重量・サイズ		
店頭（販売・POP）			産地（原料） 調理例 栄養表示		
HP			一括表示 栄養表示 産地情報 製造工場名 調理例		テスティングして商品の開示
気づき・コメント	・パッケージ＋お客様相談＝HP ・国際的なスタンダードについてアドバイス				

Dグループ	小売・外食	卸	メーカー 1	サプライヤー	メーカー 2
商品包装（パッケージ）	賞味期限・消費期限 保存方法 栄養成分 調理方法 原材料 添加物 アレルギー物質 アレルゲンコンタミ情報 包材素材 GMO情報		アレルギー物質 添加物 栄養成分 原料産地 製造工場名 原料名 調理方法 保存方法 注意表示 賞味期限		商品規格（重量・入数） アレルゲン 生産国（商品） 栄養成分 原材料名 製造工場名 賞味期限 消費期限 1袋入数（規格ではない） バラサイズ
お客様相談窓口	添加物 加工助剤 キャリオーバー 製造工程 異物除去工程 成分規格 糖度 PH 包材素材詳細 製造工場名 原材料原産地 添加物由来原料（コーシャ情報） 微生物検査状況 残留農薬検査状況 GMO情報 賞味期限の設定根拠		複数産地の原料産地 どこで売っているか 続売情報 原産国（中国？） 生産国（中国？） お問い合わせの多い項目（リン・カリウム） GMO情報		配合割合 添加物物質名 CCP（加熱中心品温） CCP（金属検査） CCP（X線検査） CCP（テストピースサイズ） 画像（棚割） 画像（一括表示） 製造工程図 ISO等の認定証 PL保健情報
店頭（販売・POP）	原料原産地 工場所在地 価格				業界認定マーク 販売店（位置） 基原原料 調理方法 25以外アレルゲン GMO
HP	パッケージ写真 工場所在地 原料原産地 商品サイズ 配送サイズ FQA PL保健 第3者認定		アレルギー カロリー（エネルギー） 製造工場名 原料産地 HACCP（CCP） 製造工程フロー 仕入業者名（一部） 配合情報 原料名 二次原料 遺伝子組換え BSE情報 荷姿 入り数 産地証明 調理例 商品の扱いに関するFQA 写真PKG 包材スペック アレルギーコンタミ情報 添加物キャリーオーバー 検査成績書（衛生） 検査成績書（農薬）		原料原産地（主原料） 画像 商品規格（重量・入り数） 賞味期限根拠 衛生検査結果 栄養成分 商品特徴 アレルゲン 調理方法 残留検査結果（一部商品） 包材証明書（検査書）
気づき・コメント	・情報の更新の信頼性は課題 ・消費者に提供する情報と安心して販売するための情報があるが目的を伝えきっていない ・検査成績書など点の情報で十分なものか不明な物もある ・有事の際に消費者に対応出来るように先様の管理上求められるものもある ・全てが消費者に必要な情報ではなさそう ・情報の項目によっては深さがマチマチ（国→県→住所） ・特に原料については変更があるため情報の正確性、タイムリーな更新が難しい ・フードチェーンの中で納める先様より求められるため、原料サプライヤー様に厳しく求めてしまう面もある ・消費者（生活者）の食に関する知識のボトムアップ、啓蒙が必要と感じる				

Eグループ	小売・外食	卸	メーカー	サプライヤー	第3者
商品包装（パッケージ）			法定表示 一括表示 アレルギー物質 原料原産地 原産地 セールスポイント（こだわり原料etc） ご使用上の注意 ネガ情報	原産地（一括表示） 原材料原産地 表示義務原料産地 添加物 添加物詳細情報 アレルギー物質 GMO情報 栄養成分 配合割合	
お客様相談窓口			アレルゲン詳細（例：小麦の由来は醤油だけですか？） マイナーなアレルゲン 薬剤拮抗成分 GMO情報（表示・義務以外） 栄養成分 生産工場所在地 開栓後の賞味期間・目安	原料原産地（表示義務以外） 原材料原産地 GMO管理 ポジティブリスト管理 GMO関連 基原原料情報（変動情報でも） アレルギー物質	
店頭（販売・POP）			販促フレーズ メニュー例 おすすめメニュー メニューシズル 商品画像	原材料原産地 栄養成分 原産地の捉え方の説明 セールスポイントこだわり原料	商品画像
HP			工場所在地 栄養成分 アレルゲン情報 調理案	原材料原産地 GMO関連 アレルギー物質 栄養成分 水揚げ～製造までの流通方法 生産環境	商品画像（外観） 商品特徴（ウリ） 発売日
気づき・コメント	・卸はメーカーの代行として情報をとりまとめて小売に渡す機能有りときいています。 ・HP情報はPOP等へのアピール情報＋お客様相談窓口で質問が多い項目				

Fグループ	小売・外食	卸	メーカー	サプライヤー	第3者
商品包装（パッケージ）	安全に関すること（アレルギー表示、期限） 法令遵守に関すること 義務表示事項 アレルギー物質（義務以外も含めて25品） 消費（賞味）期限情報 一括表示事項 名称、原材料、添加物・・・		栄養成分 飲み方・食べ方 含有アレルギー物質 健康訴求内容 主要原料加工国 対象者限定注意喚起（グレープフルーツなど） 誤認されやすい問合せへの回答（味の特性、沈殿） 消費期限・賞味期限 開封後の保管条件		アレルギー関連情報 原産地情報 製造年月日 消費期限 賞味期限
お客様相談窓口	特別な原料の原料原産地（中国産ではないか） 添加物に関すること（害があると思っている場合） 栄養成分（表示していない場合） 栄養成分（表示している場合も効能） パッケージ表示内容が本当に正しいことの根拠		飲み方・食べ方 含有アレルギー物質 主要原料加工国 栄養成分 対象者限定注意喚起（グレープフルーツ含有） 基原原料の原産地 GMO使用の有無 使用添加物の安全性 期限切れ商品の可食判断 開封後の保存条件		クレーム情報
店頭（販売・POP）	商品のメリット、特徴、強調表示したいこと 基本事項（法律で義務化されている。品名、原産地など） 安全・安心の取り組み（自社での取組アピール） 食べ方、料理方法（品質情報以外でも）		健康訴求内容 食事レシピ 安全・品質の取組 健康機能食品であること		調理レシピ、食べ方 鮮度に関する情報
HP	パッケージに表示してある情報 取扱商品に関する情報 事故が起きた時の回収情報、原因、対策 消費者の知りたい情報 問い合わせに対する解答		含有アレルギー物質 主要原料原産地 健康訴求内容 主要原料加工国 専門的な安全性データ 安全・品質への取組 対象者限定注意喚起（グレープフルーツ含有） 諸々のQuestionに対するAnser		調理レシピ、食べ方
気づき・コメント	・消費者関心度（中国リスク、食べてはいけない） ・注意喚起表示（グレープフルーツ果汁と薬） ・デメリット表示（苦み、にごり） ・昔のお客様は自分で判断出来た事を問い合わせられる→開封後保管していたものの可食の判断 ・安価に走りすぎる消費者↔品質コストを忘れている ・品質をマーケティングに使うメーカーの思惑 ・HPは「1対多」（固定的情報にしばられる）、お客様相談窓口は「1対1」流動的情報が可能				